

Congres dinsdag 24 september 2019

Professioneel = Profileren! #Hoe doe jij dat (niet)?#

PROGRAMMA

09.30 – 10.00	Inloop & Inschrijving
10.00 – 10.05	Inleiding op het programma
10.05 – 10.30	Toekomst Maatschappelijk/ Sociaal Werk Gezondheidszorg door Jan Willem Bruins, directeur BPSW
10.30 – 12.30	'The Message is the Massage' door Drs. Paul Stassar
12.30 – 13.30	Lunchpauze
13.30 – 14.00	Hoe profileer jij je als sociaal werker? Studenten Hoge School Utrecht versus ervaren professionals maatschappelijk/sociaal werk Gezondheidszorg
14.15 – 15.45	Verschillende workshops inclusief koffie/thee <ol style="list-style-type: none"> 1. Sales in de zorg 2. Online hulpverleners 3. Onder woorden 4. LinkedIn 5. Visie, missie en strategie 6. Word een kritische lezer!
15.45 – 16.15	Afronding met een netwerkborrel en een hapje

'The Message is the Massage' door Drs. Paul Stassar



Drs. Paul Stassar traint sinds 2002 als zelfstandig ondernemer bedrijven en organisaties op het gebied van o.a. Consultancy, Strategisch Sales Management, Inspirerend Leiderschap, Effectief Management, Projectmatig Werken, Professioneel Presenteren en Succesvol Schrijven. Mail: info@abcvision.nl

In onze tijd-van-uniformiteit zijn bijna alle producten en diensten ongeveer hetzelfde: bijna niets is meer uniek. Voorbeeld: of je nou je zorg afneemt bij ASR, CZ, DSW, MENZIS, ONVZ of VGZ (let eens op de 'verhelderende' afkortingen van deze aanbieders), het maakt in de perceptie van de cliënt/ de klant niets uit.

Dit geldt ook voor de marketing ervan: zonder expliciete aandacht voor vragen als:

Hoe zit mijn klant in elkaar? Waar liggen zijn/ haar behoeften? Waarom zijn ze dat? Hoe worden klant en prospect benaderd? Hoe en met welke middelen kan ik daarop inspelen, wanneer in te zetten en met welk beoogd succes, voor wie? In de ochtendsessie van 'The Message is the Massage' gaat Paul Stassar interactief in op het 'vermarkten' van product en dienst.

Aan de orde komen drie methoden:

- Profiling, beïnvloedingsmethode om je advies goed voor te bereiden en het klantencontact zelf te regisseren;
- Modelling, inspiratie- en innovatie-georiënteerde methode ter inleving in de gevoels- en denkwijze van je klant om een relevant aanbod te doen
- Positioning, interactieve methode om jouw *deliveries & services* aan prospect en klant verleidelijk aan te bieden.

Na afloop ga je, met behulp van deze drie methoden, jouw eigen organisatie, product en dienst expliciet en klantgericht in de markt zetten!

WORKSHOPS

1. Sales in de zorg



Zit je als professional te weinig aan tafel met andere zorgaanbieders? Merk je wel eens dat het (wijk)team jou over het hoofd ziet? Ben je een kei in je vak, maar wordt jouw expertise te weinig ingezet? Kun je aan je (toekomstige) werkgever maar moeilijk jouw toegevoegde waarde duidelijk maken? **Kom dan naar de workshop 'Sales in de Zorg'.**

Wat leer je? Na deze workshop kun je jouw persoonlijke toegevoegde waarde verwoorden. Je weet je werk meer zichtbaar te maken. Je profileert je op een positieve enthousiaste manier, waardoor de ander verder met je in gesprek wil en jouw diensten wil inzetten.

Petra Lanphen en Mireille Wagener van Klanten Vinden en Binden hebben meer dan 25 jaar ervaring in het versterken van persoonlijke communicatie en het vergroten van commerciële slagkracht.

2. Online hulpverleners



Ben je ook zo onder de indruk van de apps of digitale platformen die in hulpverlening worden ingezet? Hoe aantrekkelijk ze ook zijn, een valkuil is dat ze afleiden van waar het bij online hulpverlening in de kern nog steeds om draait: het contact tussen hulpverlener en cliënt. Meer dan ooit is het daarom belangrijk om oog te houden voor de ambachtelijke vaardigheden die je als hulpverlener nodig hebt om aan het online contact dezelfde kwaliteit te geven als aan het face-to-face gesprek.

Als je online werkt zie en hoor je elkaar niet. Wat betekent dat voor je hulpverlening? Hoe zorg je dat je online aansluit, contact maakt, de vraag achter de vraag helder krijgt, structuur biedt in een gesprek? Hoe ondervang je het gemis aan non-verbale communicatie? Hoe houd je een cliënt online gemotiveerd?

Tijdens de workshop 'Online hulpverleners' van Myriam Limper leer je hier grip op te krijgen.

3. Onder Woorden: Hoe schrijf je een blog of een artikel voor bijvoorbeeld het vakblad?



In de workshop *Onder woorden* oefenen we vooral hoe je dicht bij jezelf blijft als je schrijft.

Alleen als je dicht bij jezelf blijft, schrijf je een blog of verhaal dat bij je past.

Het wordt dan veel eerder een beeldend en levendig verhaal, zonder onnodige abstracties en nietszeggende formuleringen. **De kernboodschap blijft hangen bij de lezer. Je kunt jezelf beter profileren. We hebben in de workshop aandacht voor verhaalstructuur en woordkeus.**

Riëtte Duynstee, sinds 1998 freelance (bedrijfs)-journalist/ tekstschrijver schrijft veel voor de overheid en de gezondheidssector, over medische wetenschappen, psychologie en sociaal maatschappelijke vraagstukken. Soms schrijft zij als ghostwriter blogs voor anderen. Ook geeft zij schrijfcoaching en schrijftrainingen.

4. Hoe gebruik je LinkedIn bij het profileren?

Ben jij al actief op LinkedIn? LinkedIn is het enige zakelijke netwerk. Social media experts voorspellen dat 80% van de Nederlandse beroepsbevolking in 2020 actief is op LinkedIn. Op dit moment is dat ruim 70%. Hoe gebruik je LinkedIn om jezelf te profileren en te netwerken?

Tijdens de workshop wordt duidelijk wat de voordelen van LinkedIn zijn voor jouw professionele ontwikkeling en inzetbaarheid. Op je eigen smartphone werk je aan je profiel of maak je er één.

Daarnaast leer je over de diverse functionaliteiten van LinkedIn, hoe ze kunnen worden gebruikt om jezelf te presenteren en om een netwerk op te bouwen.

5. Missie, Visie en Strategie



Organisaties – met name in de zorg en op het gebied van sociaal werk – hebben veelal een defensieve, reactieve opstelling: ze reageren pas achteraf op impulsen, feiten en actuele ontwikkelingen. Daardoor lopen ze frequent een beetje uit de pas, zeker als je ze relateert aan andere, marktdominerende spelers! Ze zijn daarnaast ook weinig communicatief, weinig spraakmakend en vooral te weinig perspectiefgericht in naar binnen en naar buiten brengen van hun identiteit, competentie en doelen.

In de workshop gaat Paul Stassar op interactieve wijze om met de materie om de deelnemers te inspireren en te innoveren op het gebied van Visie, Missie en Strategie: Dromen, Denken en Durven.

Aan de hand van spraakmakende positionering door o.a. Capgemini, Facebook, Jumbo en Philips ga jij straks in jouw eigen organisatie: visie, missie en strategie succesvol inzetten!

6. Word een kritische lezer



Word een kritische lezer: hoe waardevol (en leuk!) is het wanneer je als sociaal werker binnen een multidisciplinaire setting theoretische (beleids-) stukken en artikelen kritisch leert lezen en hoe pak je dat aan?

Beleidsstukken en wetenschappelijke artikelen worden vaak als saai en ingewikkeld ervaren, waardoor ze niet goed worden gelezen. Dit is ontzettend jammer. Voor sociaal professionals binnen een multidisciplinaire setting in de gezondheidszorg, is het juist erg belangrijk om zich te bekwamen in het kritisch lezen van beleidsstukken en wetenschappelijke artikelen. Enerzijds om het sociaal werk te profileren, te positioneren en deel te kunnen nemen aan de discussies op allerlei niveaus en anderzijds om je eigen ontwikkeling en professionalisering te vergroten.

In deze workshop krijg je handvatten hoe je een artikel of beleidsstuk kritisch kunt lezen en wat de toegevoegde waarde hiervan is voor jezelf en het vak.

Jolanda van Omme – van Laarhoven, MSW. Maatschappelijk werker/ onderzoeker Kempenhaeghe.